VENTAS PERSUASIVAS PARA ASESORES DE SEGUROS

¡Bienvenidos, campeones de la protección! Hoy, activaremos su "Factor Salvaje" para transformar sus ventas de seguros. Prepárense para conectar, inspirar y asegurar el futuro de sus clientes con pasión y propósito.

D **by Diana Arguello**





ACTIVA TU "FACTOR SALVAJE" EN VENTAS

Estar “Vivo”

Conecta desde el propósito, no solo desde el producto.

Estar “Presente”

Escucha con intención real, no para responder.

Estar “Activo”

Pasa a la acción con propuestas audaces, no tímidas.

No vendemos seguros, vendemos tranquilidad, continuidad, futuro y respaldo.

Made with GAMMA

LOS 3 ROLES DEL VENDEDOR EFECTIVO

Consultor

Hace preguntas estratégicas. Detecta necesidades.

Asesor

Ofrece orientación. Transmite seguridad emocional.

Vendedor

Presenta soluciones. Negocia y cierra ventas.

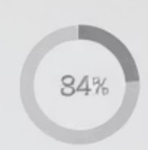


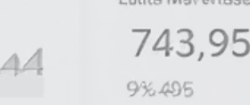
Consultor: “¿Qué tan importante es para ti dejar un respaldo económico a tu familia?”

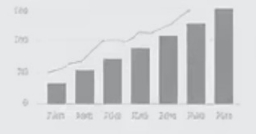
Asesor: “Muchos padres como tú sienten esa misma preocupación.”

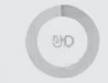
Vendedor: “Te presento esta opción de $50 mensuales con cobertura y ahorro.”

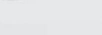
Made with GAMMA

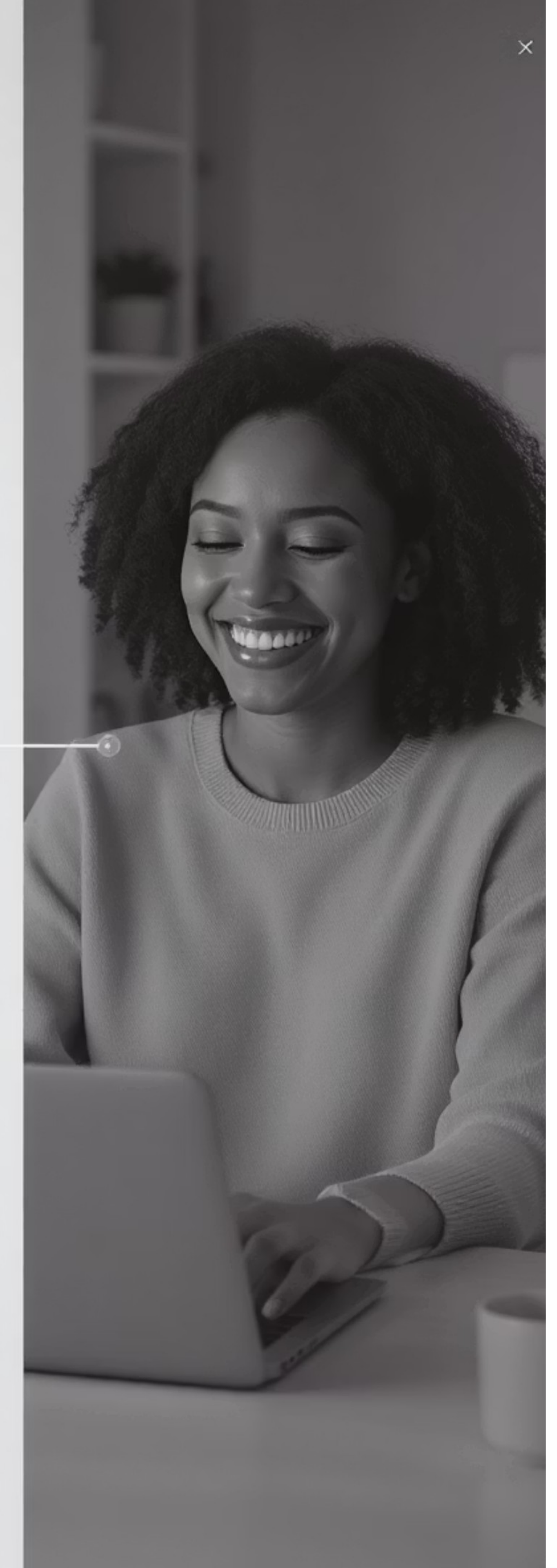







CARACTERÍSTICA, BENEFICIO Y VENTAJA: DIFERENCIAS CLAVE

Característica

Un dato técnico del producto. Ej: "Este seguro cubre enfermedades graves."

Beneficio

El impacto positivo que recibe el cliente. Ej: "Podrás recibir dinero en vida para emergencias."

Ventaja

Lo que te diferencia y está centrado en el cliente. Ej: "Somos la única aseguradora que adelanta desde el tercer año."

Regla de oro: no hables del producto, habla de lo que transforma la vida del cliente.

Made with GAMMA

DIFERENCIA ENTRE CONVENCER, MANIPULAR Y PERSUADIR



Convencer

Uso de razones lógicas. Enfocado en el producto.

Ej: "Este seguro tiene las mejores coberturas del mercado."



Manipular

Uso de emociones negativas (miedo, culpa) sin ética.

Ej: "Si no compras hoy, tu familia va a quedar desamparada."



Persuadir

Emociones positivas. Enfocado en la visión del cliente.

Ej: "Imagina la tranquilidad de saber que tus hijos estarán protegidos."

La persuasión es el puente entre el valor del producto y la emoción del cliente.
Se enfoca en la solución, no en la presión.

HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA LÍDERES Y EQUIPOS

Ejercicio 1: "No vendas, provoca preguntas"

En vez de: “Este seguro cubre enfermedades graves…” Di: “¿Has pensado cómo enfrentarías un diagnóstico repentino sin respaldo económico?”

Ejercicio 2: “Mi propuesta vale más por esto…”

¿Qué valor intangible ofrezco? ¿Qué tipo de tranquilidad?



Ejercicio 3: “Presentación de impacto en 3 frases”

Ayudo a padres a blindar el futuro de sus hijos.

Acompaño a profesionales a ahorrar protegido.

Diseñamos juntos una jubilación digna.

Made with GAMMA

MANEJO DE OBJECIONES - MÉTODO ACP + CPP

1 Agradezco

"Gracias por compartirlo."

2 Conecto

"Entiendo tu duda."

3 Pregunto

"¿Qué es lo que más te hace dudar?"



CPP (Identificar la raíz):

Cabeza: No entendió algo.

Pecho: Inseguridad emocional.

Pierna: Presupuesto limitado.

Ejemplo 'está muy caro': "Gracias por decírmelo. Entiendo tu duda. ¿Es cuestión de comparación o presupuesto actual?"

Made with GAMMA

CIERRES EFECTIVOS



Cierre directo

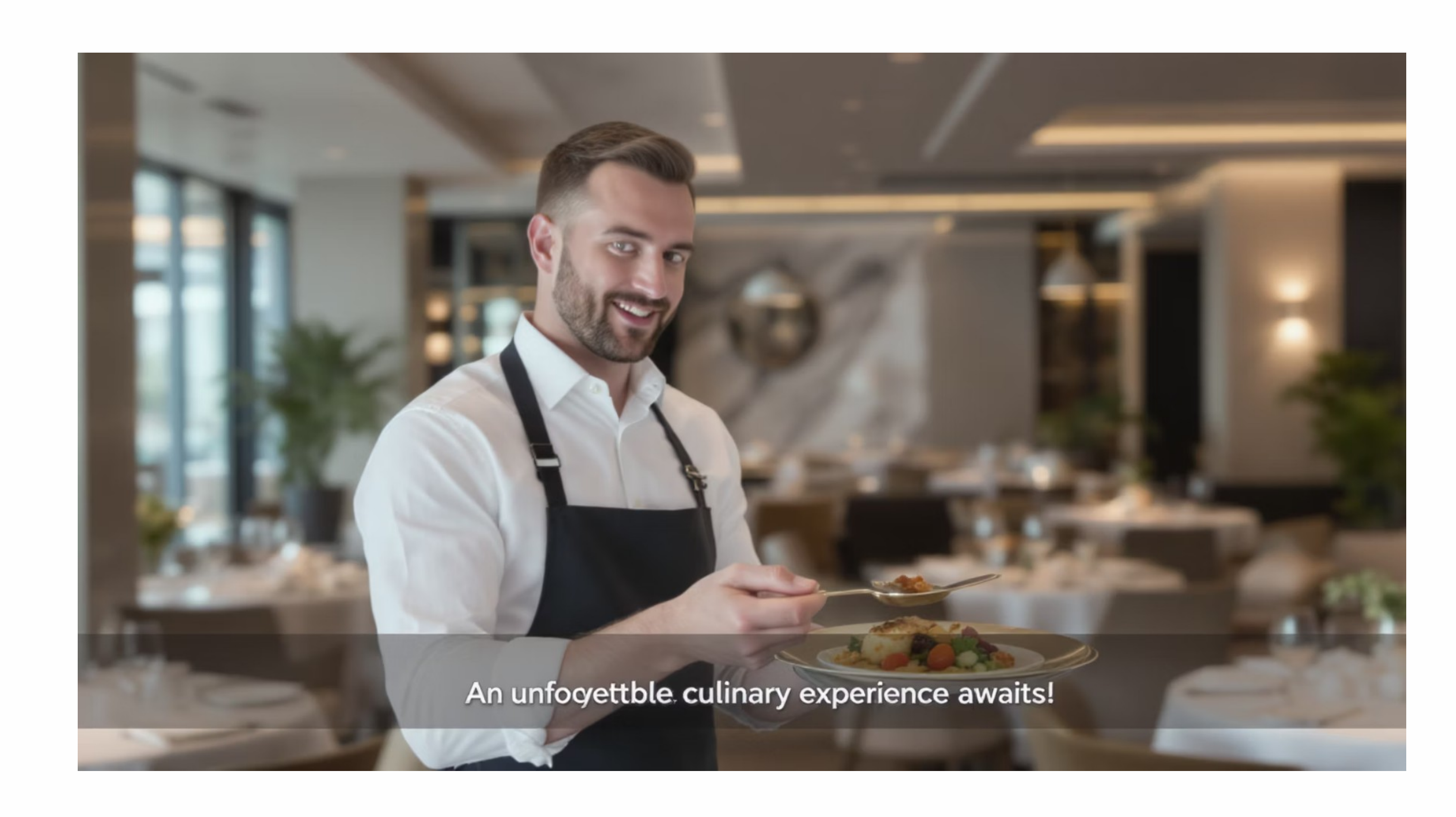
Si todo está claro, el siguiente paso es: llenamos la solicitud y activo tu plan hoy.

Cierre cachorro

Comencemos con la propuesta inicial. Si no se adapta, la ajustamos sin compromiso.

Made with GAMMA

LAS 10 PALABRAS PODEROSAS (Método del mesero)



Un mesero no dice "viene con papas y ensalada", dice: "¡Es suculento!"

Para seguros de vida con ahorro, tus 10 palabras poderosas son:

1. Protección
2. Tranquilidad
3. Ahorro
4. Independencia
5. Legado
6. Estabilidad
7. Respaldo
8. Continuidad
9. Flexibilidad
10. Crecimiento

Actividad: Di una sola palabra que describa lo que tu cliente siente al tener tu producto.

Made with GAMMA

CIERRE FINAL: INSPIRACIÓN + LLAMADO A LA ACCIÓN

> “Los seguros no son un producto, son una promesa. Y los líderes de ventas somos los embajadores de esa promesa. El Factor Salvaje no es gritar más fuerte, es servir con más valentía y humanidad.”

Cierre participativo: Escribe en el chat: ¿qué vas a DEJAR, CREAR, MEJORAR o MANTENER esta semana?

"No sirve de nada tender una red cuando los pájaros están mirando." Este proverbio nos recuerda la importancia de la preparación y la oportunidad en nuestras ventas. ¡Actúa con visión!

